

---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Nina Geier**

**Geplante Obsoleszenz und ihre  
Auswirkungen auf Produkt- und  
Kommunikationsstrategien der  
Unternehmen**

**2013**

---

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Geplante Obsoleszenz und ihre Auswirkungen auf Produkt- und Kommunikationsstrategien der Unternehmen**

Autor/in:  
**Frau Nina Geier**

Studiengang:  
**Angewandte Medien**

Seminargruppe:  
**AM10wK1-B**

Erstprüfer:  
**Herr Professor Hermann Mayer**

Zweitprüfer:  
**Frau Doktor Sylvia Knecht**

Einreichung: 23.07.2013  
Ort, Datum: Mittweida, 23.07.2013

Faculty of Media

---

# **BACHELOR THESIS**

---

## **Planned obsolescence and its influence on product- and communication strategies of the companies**

author:

**Ms. Nina Geier**

course of studies:

**Applied Media**

seminar group:

**AM10wK1-B**

first examiner:

**Mr. Professor Hermann Mayer**

second examiner:

**Mrs. Doctor Sylvia Knecht**

submission: 23.07.2013

Ort, Datum: Mittweida, 23.07.2013

## **Bibliografische Angaben**

Nachname, Vorname: Geier, Nina

Thema der Bachelorarbeit: Geplante Obsoleszenz und ihre Auswirkungen auf Produkt- und Kommunikationsstrategien der Unternehmen

Topic of thesis: Planned obsolescence and its influence on product- and communication strategies of the companies

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

## **Abstract**

Die vorliegende Arbeit untersucht, ob es Auswirkungen der geplanten Obsoleszenz auf die Produkt- und Kommunikationsstrategien der Unternehmen gibt. Nach einer zunächst geschichtlichen Einführung in das Thema, wird anschließend ein Vergleich der heutigen Strategien zu einem Resümee führen.

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	1-2
2. Theorie.....	2
3. Begriffsdefinition „Geplante Obsoleszenz“ .....	2-3
4. Die Anfänge der Geplanten Obsoleszenz.....	3
4.1 Das Glühbirnenkartell.....	3-4
4.1.1 IEA – International Electrical Association .....	5
4.1.2 Der Ford T und General Motors .....	6
4.1.3 Gesättigte Märkte und Überkapazität.....	6-7
4.2 Arten der Obsoleszenz nach Packard.....	8
4.2.1 Ingenieurtechnische und Gebrauchstechnische Obsoleszenz .....	8-9
4.2.2 Ästhetisch- kulturelle Obsoleszenz .....	9
4.2.3 Soziale Obsoleszenz .....	9
5. Produktstrategie .....	9-10
5.1 Definition Produktstrategie .....	10
5.1.1 Strategie Produktvielfalt.....	10-11
5.1.2 Strategie Preiswürdigkeit .....	11
5.1.3 Strategie Produktdesign.....	11
5.1.4 Strategie Produktinnovation .....	11-12
5.1.5 Strategie Produktservice.....	12
5.1.6 Strategie Geschwindigkeit .....	12
6. Kommunikationsstrategie .....	12
6.1 Definition Kommunikation .....	12-13
6.2 Entwicklungen der Kommunikation .....	13
6.2.1 Phase der unsystematischen Kommunikation (1950er Jahre).....	13
6.2.2 Phase der Produktkommunikation (1960er Jahre) .....	13
6.2.3 Phase der Zielgruppenkommunikation (1970er Jahre).....	13-14
6.2.4 Phase der Wettbewerbskommunikation (1980er Jahre).....	14
6.2.5 Phase des Kommunikationswettbewerbs (1990er Jahre).....	14
6.2.6 Phase der Dialogkommunikation (2000er Jahre) .....	14-15

---

6.2.7 Phase der Netzwerkkommunikation (2010er Jahre).....	15
6.3 Verschiedene Arten von Kommunikationsstrategien .....	15-16
6.4 Entstehung des Marketings .....	16-17
6.4.1 Erste Phase der Medienwirkungsforschung.....	17-18
6.4.2 Zweite Phase der Medienwirkungsforschung.....	18
6.4.3 Dritte Phase der Medienwirkungsforschung.....	18
6.5 Bedeutungssteigerungen der Kommunikationsstrategien durch die Neuen Medien.....	19-20
6.5.1 Kommunikationsstrategien heute .....	20
6.5.2 Mitarbeiterkommunikation.....	21
6.6 Produktstrategien heute.....	21-22
6.6.1 Produktlebenszyklus.....	22-23
7. Geplante Obsoleszenz an konkreten Beispielen .....	23
7.1 Erstes Beispiel: Apple .....	23-25
7.1.1 Zweites Beispiel: Handmixer.....	25-26
7.1.2 Drittes Beispiel: Waschmaschinen .....	26-28
7.1.3 Viertes Beispiel: Fest eingebaute Akkus .....	28
7.1.4 Fünftes Beispiel: Autoscheinwerfer .....	29
7.1.5 Sechstes Beispiel: Drucker .....	29-30
7.2 Vergleich der angewandten Strategien an den vorgegangen Beispielen.	30-36
7.3 Gibt es Hinweise auf geplante Obsoleszenz in Produktbeschreibungen/ Produktanleitungen? .....	36-37
7.4 Steigt der Produktverschleiß in den letzten Jahren an - oder sinkt er? ....	37-39
7.5 Auswirkungen der geplanten Obsoleszenz auf Produkt- und Kommunikationsstrategien.....	40
8. Kundenbindung in Zeiten der geplanten Obsoleszenz.....	40-42
8.1 Bedeutungssteigerungen der Krisenkommunikation durch geplante Obsoleszenz? .....	43
9. Medien und geplante Obsoleszenz .....	44-45
10. Politik und geplante Obsoleszenz.....	45-46
11. Lässt geplante Obsoleszenz sich auch vermeiden, oder ist sie notwendig für Unternehmen und Wirtschaft? .....	46-49
12. Das Prinzip „Cradle to Cradle“ .....	50

---

13. Fazit ..... 51-52

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Centennial Bulb in Livermore.....	4
Abbildung 2: Merkmale von Strategien für Kommunikationsinstrumente.....	16
Abbildung 3: Idealtypische Phasen eines Produktlebenszyklus.....	22
Abbildung 4 : Aufbau einer Waschmaschine mit Laugenbehälter.....	27
Abbildung 5: Nennung von Planned Obsolescence in gedruckter Literatur (prozentual) im Englischsprachigen Raum in den Jahren 1800 – 2008.....	39
Abbildung 6: Nennung von Planned Obsolescence in gedruckter Literatur (prozentual) im Deutschsprachigen Raum in den Jahren 1800 – 2008.....	39
Abbildung 7: Systematisierung der Marketinginstrumente nach den 3 Rs im Relationship Marketing.....	42
Abbildung 8: Eigene Kurzdarstellung von Murks? Nein danke!.....	44
Abbildung 9: Biologischer und Technischer Kreislauf für Produkte nach dem Cradle to Cradle Prinzip.....	50



# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Eigene Darstellung zum Vergleich der angewandten Strategien ..... 31-32

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname